

Jurnal Ilmiah Komunikasi

MAKNA**Vol. 4 no. 1, Februari - Juli 2013****ISSN : 2087-2461****PENANGGUNG JAWAB**Dekan FIKOM
Evie Sofiati MI, M.I.KomSekretaris Dekan
Dian Marhaeni K, M.SiKetua Penyunting
Made Dwi Adnjani, M.SiSekretaris
Mubarak, M.SiBendahara
Parwati, SHDewan Penyunting
Trimanah, M.Si
Edi Ismoyo, M.Si
Suharyoso, S.SosSeksi Usaha
Endang Winarsih, S.SosSirkulasi dan Distribusi
Novi, S.SosAlamat Redaksi
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam
Sultan Agung Semarang
Jl. Raya Kaligawe Km. 4
Po. Box 1054/SM
Semarang 50112
Telp. (024) 6583584
ext. 448/ 449
Fax. (024) 6582455
email : jurnalfikom@yahoo.comCitra Feminin Dalam Video Musik Teen Top
(Studi Semiotika mengenai citra feminin pada video
musik Teen Top berjudul "No More Perfume on You")
Zein Mufarrih Muktaf
zeinmuf@yahoo.co.id 1 - 14Pengaruh Sosialisai Bela Negara Terhadap Sikap Bela
Negara Guru Sekolah Dasar Di Jakarta
(Studi Eksplanatori Di Direktorat Bela Negara
Kementrian Pertahanan Republik Indonesia)
Aska Leonardi
askaleonardi@yahoo.com 15-35Konstruksi Komentar Pada Media Detik.Com
Terhadap Pencitraan Jokowi
Mariko Rizkiansyah
mariko.rizkiansyah@gmail.com
Ica Wulansari
ica.wulansari3@gmail.com 36-49Personal Branding Dalam Peningkatan Elektabilitas
(Studi Kekuatan Foto Ganjar Pranowo Pada Pemilihan
Gubernur Jawa Tengah 2013)
Soetomo
tomfotografer@yahoo.co.id 50-70Kesenjangan Akses Informasi Di Era Globalisasi
(Sebuah Kajian Etika Media)
Anita Septiani Rosana, S.Sos
anitaseptianirosana@gmail.com 71-79Riset Audiens Sebagai Dasar Strategi Branding
Konservasi Universitas Negeri Semarang
Riki Arswendi
rikiarswendi@gmail.com 80-93Pengaruh Terpaan Kampanye Sosial Dan Role Model
Pendidikan Karakter Terhadap Perilaku Akademik
Mahasiswa Mahasiswi IKIP PGRI Semarang
Teddy Dyatmika
eshal_dyrnt@yahoo.com 94-107

Fakultas Ilmu Komunikasi UNISSULA Semarang

KONSTRUKSI KOMENTAR PADA MEDIA DETIK.COM TERHADAP PENCITRAAN JOKOWI

Oleh :

Mariko Rizkiansyah, M.I.Kom.

mariko.rizkiansyah@gmail.com

Ica Wulansari, M.Si.

ica.wulansari3@gmail.com

Fikom Universitas Budi Luhur Jakarta

Abstract

The era of internet based communication is used by all the mass media. In Indonesia, detik.com is the first mass media based on internet to spread the news. However, detik.com has modified two way of communication which accommodate audiences' comments prior the news. This paper is aimed at analyzing comments related with Jokowi's image in detik.com. This paper used descriptive study method and content analysis technique. This research uses the number of comments related with the news on Jokowi's image in detik.com ranging from June 24, 2012 to March 8, 2013.

Keywords: Jokowi, Detik.com, News, Comments and Image.

Abstrak

Era komunikasi berbasis internet digunakan oleh semua media massa. Di Indonesia, detik.com adalah media massa pertama berdasarkan internet untuk menyebarkan berita. Namun, detik.com telah diubah dua cara komunikasi yang mengakomodasi penonton 'komentar sebelum berita. Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis komentar terkait dengan citra Jokowi 's di detik.com. Makalah ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan teknik analisis isi. Penelitian ini menggunakan jumlah komentar terkait dengan berita pada gambar Jokowi 's di detik.com mulai dari 24 Juni 2012 sampai 8 Maret 2013.

Kata kunci: Jokowi, Detik.com, Berita, Komentar dan Image.

Pendahuluan

Perkembangan arus informasi saat ini berkembang pesat seiring dengan munculnya perkembangan teknologi informasi. Maka informasi melalui media online dengan cepat dapat menyebar ke seluruh penjuru dunia. Prediksi Marshal McLuhan mengenai konsep *Global Village* tidak terbantahkan, bahwa saat ini dunia bagaikan desa global dalam era komunikasi berteknologi tinggi. McLuhan menyatakan akan terjadi peralihan dari era media cetak yang berubah dengan basis komunikasi elektronik. Setelah mengalami era komunikasi elektronik, manusia akan mengalami evolusi komunikasi yang lebih

tinggi tingkatannya (Sparks, 2002: 202-204).

Era komunikasi saat ini berbasis internet digunakan oleh hampir seluruh media massa baik cetak maupun elektronik. Selain maraknya portal internet yang berbasis media cetak dan media elektronik, portal atau situs berita pun bermunculan. Berkembangnya internet juga membuat media massa mulai berusaha mengimbangi dengan melakukan inovasi untuk menyatukan diri agar tidak punah ke dalam bentuk dunia maya. Pada tahun 1978, New York Times, Washington Post, Associated Press dan US News & World Report telah melakukan pengembangan usaha dari media cetak merambah ke dalam database

online pertama atau yang sekarang dikenal dengan nama media online. (Vivian, 2008 ; 262)

Sementara dari Indonesia, portal detik.com menjadi pelopor pertama media massa yang konsisten menggunakan dunia maya sebagai alat penyebaran pesannya. Pada awalnya pembaca hanya bisa membaca berita yang disebarkan oleh detik.com. Namun pada perkembangan detik.com selanjutnya adalah membuat media tersebut bisa melakukan komunikasi *two way* (komunikasi interaktif) dalam bentuk komentar di akhir setiap beritanya. Komentar dari para pembaca tersebut bukan hanya bisa dijadikan sebagai alat ukur detik.com untuk menyimak seberapa banyak pembaca yang membaca berita pada halaman detik.com, namun lebih jauh lagi halaman komentar tersebut bisa dijadikan sebagai kampanye partai partai atau calon pemimpin untuk membentuk citra dalam pemilu.

Tulisan ini menyoroti sosok Gubernur Jakarta, Joko Widodo yang memiliki panggilan akrab Jokowi. Citra Jokowi mulai terangkat sejak menjadi Walikota Surakarta dengan segala prestasi dan citra baik yang melekat pada dirinya. Pada tahun 2010, Majalah Tempo menobatkan Jokowi sebagai Walikota terbaik. Selain itu, Jokowi mendapatkan sorotan media karena mendukung dan memperjuangkan mobil Esemka yang merupakan mobil rakitan siswa-siswa SMK di Surakarta untuk menjadi mobil nasional. Jokowi menjadi sosok yang fenomenal ketika memulai kampanye menjadi calon Gubernur Jakarta. Dengan berkampanye menggunakan kemeja kotak-kotak, Jokowi telah membangun citra sebagai pribadi yang tidak kaku. Selain itu, setelah terpilih menjadi Gubernur, Jokowi pun mendapatkan sorotan media karena program kerja 'blusukan' yang dipilihnya sebagai cara yang cepat untuk menangkap aspirasi warga dan memantau secara langsung kondisi di lapangan.

Adapun citra Jokowi terbentuk dari pemberitaan di media massa. Saat ini, media massa memiliki pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan citra seseorang.

Dalam era demokratisasi, keterbukaan media massa dapat pula memberitakan secara transparan sepak terjang seorang tokoh politik. Keterbukaan pers seiring dengan era demokrasi di Indonesia. Sebelumnya Indonesia pernah mengalami masa otoriter dengan indikator tidak adanya kebebasan pers. Indonesia memasuki masa transisi demokrasi di daerah berarti masa peralihan dari kondisi pemerintahan daerah yang kurang demokratis (otoriter, totaliter) menuju pemerintahan yang lebih demokratis (Marijan, 2011: 175).

Penguatan demokratisasi di Indonesia dengan diberlakukannya pemilihan kepala daerah (pemilukada). Penguatan parlemen ternyata tidak serta merta mampu mempercepat proses demokratisasi di daerah, dimunculkanlah kerangka kelembagaan baru yakni pemilihan kepala daerah (pilkada) secara langsung. Pilkada secara langsung diharapkan bisa menghasilkan kepala daerah yang memiliki akuntabilitas yang lebih tinggi kepada rakyat. Pilkada secara langsung dimulai sejak 1 Juni 2005. Untuk pencalonan diri sebagai kepala daerah/ wakil kepala daerah harus melalui pintu partai politik. UU No. 32 Tahun 2004 dan PP No. 6 Tahun 2005 yang mengatur pelaksanaan Pilkada secara langsung mensyaratkan bahwa ketika hendak memasuki arena, kontestasi semua pasangan calon (calon Gubernur/ Wakil Gubernur, calon Bupati/ Wakil Bupati, dan calon Wali Kota/ Wakil Wali Kota) harus diberangkatkan oleh partai politik tertentu (Marijan, 2011: 184).

Terdapat syarat khusus bagi yang mengajukan calon. Partai politik atau kumpulan partai politik itu minimal harus memiliki kursi 15 persen di DPRD atau 15 persen perolehan suara dari total suara sah di dalam pemilu legislatif. Tiga modal utama yang dimiliki para calon yang hendak mengikuti pilkada yaitu modal politik, modal sosial, dan modal ekonomi. Pasangan calon kepala daerah memiliki peluang besar terpilih manakala memiliki akumulasi lebih dari satu modal (Marijan, 2011: 184). Contoh kasus, Jokowi telah dua kali memenangkan pilkada di Surakarta yang menempatkan

Jokowi sebagai walikota. Belum tuntas masa jabatannya sebagai walikota, Jokowi dengan dukungan PDIP (Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan, melakukan pencalonan sebagai Gubernur Jakarta. Jokowi sebagai kader PDIP patuh dengan pencalonannya dan terpilih menjadi gubernur Jakarta. Adapun keberhasilan Jokowi turut didukung dengan pemberitaan positif dirinya di media massa.

Dalam tulisan ini, mengangkat mengenai konstruksi komentar pada media detik.com terhadap pencitraan Jokowi. Penulis menghimpun komentar dengan rentang waktu 24 Juni 2012 hingga 5 Maret 2013. Tulisan ini berupaya mengkaji komunikasi media online dan opini publik.

Media Baru

Istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. Perubahan awal komunikasi massa adanya dua kekuatan utama yaitu komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur. (McQuail, 2011:42-43). Istilah media online diartikan sebagai sebuah informasi yang dapat diakses di mana dan kapan saja selama ada jaringan internet. Unsur online merupakan satu-satunya kelebihan yang tidak dimiliki media massa konvensional. Karena itu, media online tidak dikategorikan ke dalam media massa cetak maupun elektronik, melainkan disebut sebagai media massa baru. Keunggulan media online adalah mampu menyajikan informasi lebih cepat dibandingkan dengan media massa lainnya sehingga informasinya senantiasa *up to date* (terbaru). (Suryawati, 2011: 113-1140).

Internet berkembang cepat sebagai sarana yang berpengaruh terhadap cara manusia saat ini belajar, berkomunikasi dan menjalankan bisnisnya. Internet memiliki

pengaruh terhadap perubahan sosial (Schlesinger, 2003:ix). Internet sebagai alat komunikasi non komersial dan pertukaran data di antara profesional, tetapi perkembangan selanjutnya adalah internet sebagai penyedia barang dan berbagai jasa, dan sebagai alternatif bagi alat komunikasi pribadi dan antarpribadi. Internet sebagai media memiliki ciri-ciri sebagai berikut (McQuail, 2011:44-45):

- Teknologi berbasis computer
- Potensi interaktif
- Fungsi publik dan privat
- Peraturan tidak ketat
- Kesalingterhubungan
- Dapat diakses individu sebagai komunikator
- Media komunikasi massa dan pribadi

Nunung Prajarto dalam tulisannya ‘*New Media dan Demokrasi: Menimbang Peluang*’ menyatakan kekuatan dari *new media* dalam mengisi celah alam demokrasi diantaranya terletak pada *weblogs* atau *blogosphere* atau *blogs* yang dipandang sebagai *websites* pendapat atau *websites* berita. Terlepas dari disparitas tentang keberadaannya ada yang memandang berguna, tidak berguna, merugikan atau akan mati sendiri-*weblogs* tertentu dalam kenyataannya mampu ‘memaksa’ orang untuk memperhatikan posisi dan pesan-pesannya. Media massa dituntut secara demokratis memberikan liputannya sebagai representasi opini khalayak yang beragam. Berbagai aspirasi yang diekspresikan secara verbal oleh masyarakat, kendati belum melibatkan eskalasi kekuatan yang besar, harus juga diberi tempat. Masyarakat memiliki hak untuk mengekspresikan opininya di media massa, sehingga kesempatan yang sama untuk melakukan komunikasi politik. (Subianto & Ida, 2012: 51)

Opini Publik dan Pencitraan

Citra politik terbentuk berdasarkan informasi yang diterima, baik langsung maupun melalui media politik, termasuk media sosial

dan media massa yang bekerja menyampaikan pesan politik yang umum dan aktual. Citra politik juga berkaitan dengan pembentukan opini publik karena pada dasarnya opini publik politik terbangun melalui citra politik. Citra dapat didefinisikan sebagai konstruksi atas representasi dan persepsi khalayak terhadap individu, kelompok atau lembaga yang terkait dengan kiprahnya dalam masyarakat. Pencitraan merupakan proses pembentukan citra melalui informasi yang diterima oleh khalayak secara langsung atau melalui media sosial atau media massa (Arifin, 2011:177-178)

Strategi pencitraan melalui komunikasi politik, tidak dapat dilakukan secara instan, melainkan memerlukan waktu yang lama, karena khalayak, publik atau rakyat ingin mengetahui kesesuaian dirinya dengan ideologi, visi, dan misi serta kinerja dan reputasi suatu partai politik dan tokoh-tokohnya. Citra yang melekat di benak individu-individu itu akan tersimpan dalam kesadaran kolektif rakyat (Arifin, 2011:180). Citra baik Jokowi terekam dalam ingatan masyarakat akibat pemberitaan media terkait kinerja Jokowi. Masyarakat mengenal Jokowi cukup lama semenjak Jokowi menjadi walikota Surakarta. Tidak hanya mengenai kinerja Jokowi sebagai pejabat publik, media kerap kali mengangkat sikap Jokowi ketika menghadapi cercaan dari Gubernur Jawa Tengah terhadap Jokowi. Bibit Waluyo, Gubernur Jawa Tengah pernah menyebut Jokowi sebagai pribadi bodoh karena melawan Gubernur dalam pembangunan. Namun, Jokowi menanggapi pernyataan itu dengan santai dan tidak menimbulkan polemik.

Citra politik itu dapat berkembang melalui proses pembelajaran politik atau sosialisasi politik yang terus menerus, melalui komunikasi politik, baik yang berlangsung secara antarpersona, maupun yang berlangsung melalui media massa (pers, radio, film dan televisi) dan media sosial (internet). (Arifin, 2011:183). Citra politik yang terbentuk akibat pemberitaan media akan menimbulkan opini publik. Dalam tatanan politik yang demokratis,

media menjadi *watchdog* dalam jalannya pemerintahan yang dilaksanakan lembaga eksekutif, legislatif dan yudikatif. Maka opini publik merupakan *output* persepsi masyarakat setelah media melakukan proses penjabaran informasinya. Opini publik terangkat karena media memberikan sarana bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi, pendapat dan keluhannya.

Anwar Arfin menyatakan bahwa opini publik adalah pendapat rata-rata individu dalam masyarakat sebagai hasil diskusi tidak langsung yang dilakukan untuk memecahkan persoalan sosial, terutama yang dioperkan oleh media massa. Oleh sebab itu opini publik hanya akan terbentuk jika ada isu yang dikembangkan oleh media massa (pers, radio, dan televisi). (Arifin, 2011:193). Sementara Bernard Berelson menyatakan bahwa opini publik adalah tanggapan orang-orang (yaitu pernyataan setuju, tidak setuju atau tidak peduli) terhadap masalah-masalah politik dan sosial yang mengandung pertentangan dan meminta perhatian umum, seperti hubungan internasional, kebijakan pemerintah dalam urusan dalam negeri, pemilihan umum dan hubungan antar etnis. (Arifin, 2011:193-194).

Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bermaksud mendeskripsikan hasil penelitian dan berusaha menemukan gambaran menyeluruh mengenai suatu keadaan. Menurut Creswell (dalam Heru Basuki, 2006), penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah. Penelitian pendekatan kualitatif bisa dimaksudkan sebagai penelitian yang terbatas pada usaha-usaha mengungkapkan suatu masalah atau keadaan atau peristiwa sebagaimana adanya sehingga bersifat sekedar mengungkapkan

fakta (*fact finding*). Hasil penelitian ini ditekankan untuk membentuk gambaran secara objektif tentang keadaan yang sebenarnya dari objek yang diteliti. (Hadari Nawawi, 1998 : 31). Pendekatan deskriptif dapat diartikan juga sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dilakukan dengan menggambarkan keadaan atau objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dll) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya (Hadari Nawawi, 1998 : 63).

Dalam penelitian kualitatif akan dilakukan penggalan data secara mendalam dan menganalisis secara intensif interaksi faktor-faktor yang terlibat didalamnya. Adapun ciri-ciri penelitian kualitatif menurut Muluk (dalam Heru Basuki, 2006), adalah sebagai berikut:

1. Penelitian kualitatif merupakan penelitian dengan *konteks* dan *setting* apa adanya atau alamiah (*naturalistic*), bukan melakukan eksperimen yang dikontrol secara ketat atau memanipulasi variabel.
2. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah-masalah manusia atau social dengan menginterpretasikan bagaimana subjek memperoleh makna dari lingkungan sekeliling dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi perilaku mereka, bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari suatu realitas seperti yang dilakukan peneliti kualitatif dengan positivismenya.
3. Agar peneliti bisa mendapatkan pemahaman mendalam bagaimana subjek memaknai realitas dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi perilaku subjek, peneliti perlu melakukan hubungan yang erat dengan subjek yang diteliti.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan teknik analisa isi. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa

adanya pada saat penelitian ini dilakukan (Arikunto, 2009 : 234). Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, tindakan atau gejala. Dalam setiap pemberitaan di media online Detik.com, terdapat forum yang disediakan oleh redaksi sebagai tempat bagi para pembaca untuk memberikan komentar. Dari komentar tersebut terkesan ada upaya untuk mengkonstruksi opini para pembaca sehingga peneliti perlu melihat kebenaran gejala konstruksi opini tersebut.

Teknik penelitian analisa isi merupakan salah satu teknik penelitian yang kerap dipakai. Analisis isi merupakan suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (manifest) (Barelson, 1952:18). Sementara Reffe, Lacy dan Fico memberikan definisi analisis isi sebagai pengujian yang sistematis dan dapat direplikasi dari simbol – simbol komunikasi, dimana simbol ini diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisis menggunakan metode statistik untuk menggambarkan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks, baik produksi maupun konsumsi (Eriyanto, 2011 : 15). Adapun fokus analisis isi adalah sebagai berikut :

1. Menggambarkan karakteristik pesan.
2. Menarik kesimpulan penyebab dari suatu pesan.
3. Menggambarkan pesan pada waktu yang berbeda
4. Menggambarkan pesan pada situasi yang berbeda
5. Menggambark pesan pada khalayak yang berbeda
6. Menggambarkan pesan dari komunikator yang berbeda.(Eriyanto, 2011 ; 33)

Analisa isi sering digunakan untuk mengkaji pesan-pesan media. Metode ini merupakan suatu cara untuk menguji isi secara kuantitatif, keyakinan-keyakinan

dan kepentingan-kepentingan para editor dan penerbit-penerbit, kecenderungan para pembaca (berdasarkan asumsi bahwa bahan-bahan yang diterbitkan secara berhasil bagi sesuatu golongan tertentu, mencerminkan secara akurat kecenderungan golongan yang bersangkutan). Pola-pola kebudayaan dari bangsa-bangsa seutuhnya bahkan, telah dipelajari dengan menggunakan teknik penelitian analisis isi (Siregar, 1952:27).

Penelitian ini bermaksud untuk menggambarkan bagaimana suatu realitas lapangan dikonstruksi sedemikian rupa dan berusaha untuk menyajikan realitas yang positif. Penelitian ini berusaha memberikan gambaran keadaan dalam pesan berupa komentar pembaca yang tersaji di media online detik.com untuk bisa melihat usaha konstruksi opini yang dilakukan oleh para pengirim komentar dalam media tersebut.

Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah komentar – komentar yang terdapat dalam kolom komentar di setiap berita seputar Jokowi. Alasan peneliti mengambil data tentang Jokowi karena Jokowi kerap menggunakan media sebagai wadah untuk memberitakan kinerjanya selama menjadi calon gubernur bahkan gubernur DKI Jakarta. Selain itu, Jokowi mempunyai tingkat kepopuleran yang sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dari beberapa survey yang dilakukan oleh lembaga survey independen yang selalu menempatkan Jokowi dalam lima besar tokoh terpopuler di Indonesia.

Salah satu hal menakjubkan dalam penelitian ialah kenyataan bahwa kita dapat menduga sifat –sifat suatu kumpulan objek penelitian hanya dengan mengamati dan mempelajari sebagian dari kumpulan itu. Bagian yang diamati disebut dengan populasi, sedangkan kumpulan objek penelitian disebut dengan populasi. Objek penelitian dapat berupa orang, organisasi, kelompok, lembaga, buku, kata – kata, surat kabar, media online dan lain – lain. Dalam penelitian, objek penelitian ini disebut satuan analisis (*unit of analysis*) atau unsur-unsur populasi (Jalaludin, 2001:79). Penelitian ini menggunakan populasi komentar

yang terdapat pada berita seputar Jokowi dari tanggal 24 Juni 2012 – 8 maret 2013. Sample penelitian ini adalah:

1. Komentar berita berjudul “Debat Cagub DKI, Jokowi Janjikan Kartu Sehat & Kartu Pintar” pada tanggal 24 Juni 2012
2. Komentar berita berjudul “Pemprov DKI: Pernyataan Jokowi Soal Tak Ada APBD untuk BKT Salah Besar” pada tanggal 24 Juni 2012
3. Komentar berita berjudul “Dikritik Sutiyoso Soal Nopol Ganjil-Genap, Ini Tanggapan Jokowi” pada tanggal 23 Desember 2012
4. Komentar berita berjudul “Jokowi: Jika Stiker Ganjil-Genap Tak Efektif, Batalkan Saja” pada tanggal 8 Maret 2013

Alasan peneliti memilih sampel berita tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana konstruksi pencitraan melalui komentar di berita media online baik dari berita positif maupun negatif tentang Jokowi. Adapun unit analisis dari penelitian ini adalah komentar-komentar yang terdapat dalam setiap 4 sample berita tersebut dan dimuat dalam media online detik.com dari masa kampanye Jokowi hingga Jokowi menjabat sebagai gubernur DKI Jakarta. Untuk melengkapi data – data dari komentar detik.com yang menjadi data primer penelitian ini, peneliti juga mencari data sekunder yang di dapat dari studi pustaka, rujukan referensi buku dan data-data dari media online lainnya.

Pengumpulan data dilakukan dengan meneliti komentar berita-berita tentang Jokowi periode 24 juni 2012 hingga 8 Maret 2013. Peneliti melakukan analisis terhadap setiap komentar berita yang ada dan memberikan tanda terhadap berita yang mengandung konstruksi opini terhadap berita jokowi.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dibuat ke dalam bentuk unit analisis terlebih dahulu. Unit analisis merupakan indikator yang ditetapkan sebagai konsep operasional penelitian ini. Unit analisis ditentukan sesuai dengan apa yang diketahui oleh peneliti

terhadap isi pesan dalam proses komunikasi. Menurut Rachmat Kriyantono (2006:233), unit analisis adalah sesuatu yang akan dianalisis. Dalam analisis isi, unit analisisnya adalah teks, pesan atau medianya sendiri.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah komentar berita-berita Detik.com tentang Jokowi yang meliputi : 1) komentar positif terhadap berita positif Jokowi; 2) komentar negatif terhadap berita positif Jokowi; 3) komentar positif terhadap berita negatif Jokowi; 4) komentar negatif terhadap berita negatif Jokowi; 5) penghinaan terhadap seseorang atau komentar lainnya yang menyetujui Jokowi; dan 6) penghinaan terhadap seseorang atau komentar lainnya yang menolak Jokowi.

Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah analisis isi. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data adalah : 1. Melakukan seleksi terhadap berita pada Detik.com tentang Jokowi; 2. Menyusun indikator Konstruksi opini dalam komentar berita yang kemudian dituangkan dalam *coding sheet*; 3. Melakukan penelitian dengan cara mengumpulkan, mengkliping komentar berita-berita Detik.com tentang Jokowi dan kemudian mengelompokkannya berdasarkan lembar koding yang telah dibuat; 4. Melakukan analisis dan interpretasi data yang telah diperoleh dari penelitian; 5. Membuat kesimpulan berdasarkan penghitungan statistik dari data yang telah didapatkan dari penelitian.

Konstruksi Komentar Media Detik.Com

Pilkada DKI Jakarta diikuti oleh enam kandidat. Sebagian besar kandidat yang

bertarung dalam Pilkada Jakarta merupakan tokoh yang memiliki pengalaman menjadi kepala daerah, ketua MPR hingga pensiunan aparat negara. Keenam kandidat tersebut diantaranya yaitu:

1. Fauzi Bowo dan (Foke) Nachrowi Ramli
2. Hendardji Supandji dan Ahmad Riza Patria
3. Joko Widodo (Jokowi) dan Basuki Tjahaya Purnama (Ahok)
4. Hidayat Nur Wahid dan Didik J. Rachbini
5. Faisal Basri dan Biem Benyamin
6. Alex Noerdin-Nono Sampono

Pada kurun waktu 24 Juni hingga 7 Juli 2012 merupakan masa kampanye para calon gubernur DKI dan wakil gubernur DKI. Maka pada hari pertama kampanye para kandidat memulai promosi visi dan misi sebagai kepala daerah. Konstruksi analisa komentar di detik.com diawali dengan berita pada hari Minggu tanggal 24 Juni 2012 pukul 20:20 WIB. Pemilihan Berita ini tepat pada hari pertama pelaksanaan kampanye pilkada DKI Jakarta. Judul berita “Debat Cagub DKI, Jokowi Janjikan Kartu Sehat & Kartu Pintar“. Berita tersebut berisikan Janji Jokowi menggulirkan Kartu Sehat dan Kartu Pintar apabila terpilih menjadi Gubernur Jakarta. Kartu Jakarta Sehat digunakan untuk pelayanan kesehatan. Sedangkan Kartu Jakarta Pintar digunakan sebagai pelayanan pendidikan. Jokowi pun menuturkan sistem akan dibangun selama satu tahun dan tahun berikutnya diagendakan untuk pengawasan. Total komentar terkait pemberitaan tersebut yang dianalisa sebanyak 43 item.

Komentar mengenai berita “Debat Cagub DKI, Jokowi Janjikan Kartu Sehat & Kartu Pintar” pada tanggal 24 Juni 2012

No.	Komentar Terhadap Berita Jokowi	Jumlah	Persentase
1.	Komentar Positif Terhadap Berita Positif Jokowi	17	39 %
2.	Komentar Negatif Terhadap Berita Positif Jokowi	8	18 %

3.	Komentar Positif Terhadap Berita Negatif Jokowi	-	
4.	Komentar Negatif Terhadap Berita Negatif Jokowi	-	
	Total Komentar Keseluruhan	43	
1.	Komentar Penghinaan Terhadap Jokowi	3	16 %
2.	Komentar Penghinaan Terhadap Fauzi Bowo (Foke)	4	22 %
3.	Komentar anti Golput	1	5 %
4.	Komentar Dukungan kepada calon no 6 (Alex Nurdin & Nono Sampono)	1	5 %
5.	Komentar Dukungan kepada calon no 4 (Hidayat Nur Wahid & Didik J. Rachbini)	1	5 %
6.	Komentar dukungan kepada calon no 5 (Faisal Basri & Biem Benyamin)	1	5 %
7.	Komentar bernada apatis	4	22 %
8.	Komentar mengenai gaya berbicara Jokowi dan Hidayat Nur Wahid. Komentar tidak mendukung keduanya.	1	5 %
9.	Komentar penghinaan berbaur SARA terkait etnis calon wakil Gubernur Basuki Tjahaya Purnama (Ahok)	1	5 %
10.	Komentar yang memberi komentar lain yang tidak sesuai konteks	1	5 %
	TOTAL KOMENTAR	18	

Dalam analisa menunjukkan komentar positif mendominasi pemberitaan positif terkait Jokowi. Beberapa komentar positif menyatakan Jokowi merupakan pemimpin yang visioner dan dianggap berhasil membangun kota Solo. Komentar lainnya mengenai Jokowi yang merupakan satu di antara 25 walikota terbaik di dunia, maka program yang dicanangkan dianggap sudah teruji di Solo. Namun sebanyak 8 komentar negatif terhadap pemberitaan positif terkait Jokowi. Komentar negatif yang menyangsikan program yang digulirkan Jokowi yang tidak akan berhasil dan komentar yang menekankan Jokowi hanya mengumbar janji dan tebar pesona. Kemudian komentar negatif terkait kinerja Jokowi yang belum membangun Solo dengan baik hingga Jokowi hanya mampu bermain kartu.

Komentar bernada penghinaan yang ditujukan kepada Jokowi sebanyak 3 item yang menyoroti program Jokowi sebagai 'kentut'. Kemudian hinaan mengenai mandeknya perkembangan di Solo, sehingga komentar terhadap Jokowi untuk kembali ke kampung

halaman. Komentar bernada penghinaan pun ditujukan kepada Foke diantaranya komentar Foke tidak berbobot, hinaan dengan sebutan 'si kumis', dan Foke dianggap kampungan dalam debat Cagub di sebuah stasiun televisi. Sementara penghinaan terhadap Ahok terkait fisiknya sebagai keturunan Tionghoa. Selain itu, komentar bernada apatis mengenai semua calon gubernur hanya menebar janji, janji para kandidat dinilai palsu, visi program yang digulirkan para kandidat dianggap tidak mudah untuk dijalankan, dan komentar yang menyatakan semua kandidat bertarung hanya demi uang saja.

Sementara konstruksi komentar pada berita kedua yang dimuat detik.com pada hari Minggu tanggal 24 Juni 2012 pukul 17:33, yang masih bersamaan dengan hari pertama kampanye pilkada DKI Jakarta. Berita berjudul "Pemprov DKI: Pernyataan Jokowi Soal Tak Ada APBD untuk BKT Salah Besar" dengan analisa komentar sebanyak 74 item. Berita tersebut memuat visi misi Jokowi di hadapan sidang paripurna DKI Jakarta. Jokowi menyebutkan 'absennya' anggaran dari APBD

DKI Jakarta terhadap proyek Banjir Kanal Timur (BKT). Hal tersebut dibantah oleh Kepala Humas Pemprov DKI Jakarta, Cucu A. Kurnia. Menurut Cucu, dari total dana pembangunan BKT Rp 4,9 triliun, 52% atau sekitar Rp 2,6 triliun berasal dari APBD DKI, sisanya dari APBN sebesar Rp 2,3 triliun.

Cucu mengatakan ada pembagian tugas dan tanggung jawab yang tegas antara pemerintah pusat melalui Kementerian Pekerjaan Umum dengan Pemprov DKI Jakarta. Sementara itu, Jokowi menekankan bahwa penataan tata kelola anggaran sangat penting.

Komentar Mengenai Berita “Pemprov DKI: Pernyataan Jokowi Soal Tak Ada APBD untuk BKT Salah Besar” pada tanggal 24 Juni 2012

No.	Komentar Terhadap Berita Jokowi	Jumlah	Persentase
1.	Komentar Positif Terhadap Berita Positif Jokowi	-	-
2.	Komentar Negatif Terhadap Berita Positif Jokowi	-	-
3.	Komentar Positif Terhadap Berita Negatif Jokowi	19	26 %
4.	Komentar Negatif Terhadap Berita Negatif Jokowi	18	24 %
	Total Komentar Keseluruhan	74	
1.	Penghinaan Terhadap Jokowi	3	8 %
2.	Penghinaan Terhadap Fauzi Bowo (Foke)	3	8 %
3.	Penghinaan Terhadap Hidayat Nur Wahid	1	2 %
4.	Komentar penghinaan berbau SARA terkait etnis calon wakil Gubernur Basuki Tjahaya Purnama (Ahok)	1	2 %
5.	Komentar mengenai rendahnya kinerja pemerintahan Jakarta	5	13 %
6.	Komentar yang menuduh Foke melakukan korupsi	4	10 %
7.	Komentar mengenai ketidakberesan penggunaan APBD Jakarta	2	5 %
8.	Komentar Dukungan kepada calon no 6 (Alex Nurdin & Nono Sampono)	1	2 %
9.	Komentar tidak sesuai konteks	11	29 %
10.	Komentar yang bersifat netral	3	8 %
11.	Komentar Dukungan kepada calon no 4 (Hidayat Nur Wahid & Didik J. Rachbini)	2	8 %
12.	Komentar memilih pemimpin yang berjiwa Pancasila	1	2 %
	TOTAL KOMENTAR	37	

Komentar positif dan negatif yang dihimpun dalam pemberitaan negatif mengenai Jokowi pada berita ini hampir seimbang. Komentar positif menyatakan paparan Jokowi mengenai penataan anggaran yang belum tepat dinilai cukup logis dan berdasar. Komentar lainnya yang bernada mendukung Jokowi, selain itu Jokowi dianggap berani membuka tabir anggaran dan komentar berisi harapan

bahwa Jokowi dapat memimpin Jakarta dengan lebih baik apabila terpilih. Komentar bernada negatif yang menyatakan Jokowi asal bicara, melakukan fitnah, dan komentar menyangsikan Jokowi yang dianggap salah bicara tidak sesuai fakta. Sebanyak 3 komentar “Jokowi itu manusia dan bisa salah” tercantum dalam komentar pemberitaan ini.

Komentar bernada penghinaan

terhadap Jokowi yang menyebutkan ‘si Joko’ kelihatan belangnya, Jokowi ‘asal bacot’ seperti anak SD, dan Jokowi ‘asbun’. Komentar bernada penghinaan terhadap Foke yaitu ‘jadi gubernur bukannya merapihkan ibukota, malah merapihkan kumis’. Komentar penghinaan lainnya Foke dianggap hanya memelihara kumis saja. Komentar penghinaan terhadap kandiddat lainnya yaitu komentar kepada Hidayat Nur Wahid yang menyatakan berwajah culas dan dengki. Selain itu, komentar penghinaan pun diterima oleh Ahok terkait etnisitas. Beberapa komentar menilai rendahnya kinerja pemerintah kota Jakarta, ketidakberesan penggunaan anggaran daerah hingga hingga komentar yang bernada menuduh Foke melakukan korupsi.

Terdapat 11 komentar yang tidak sesuai konteks diantaranya seperti himbauan Jokowi tidak terlalu keras terhadap Foke agar FBR tidak ‘ngamuk’. Komentar rakyat Indonesia hanya bisa mencela, kemudian komentar negatif mengenai Cucu sebanyak 3 item hingga pernyataan yang tidak terkait

berita mengenai Jokowi. Komentar netral pun mewarnai komentar dalam pemberitaan ini yaitu memilih pemimpin tidak harus agamanya yang mayoritas, semua calon ada sisi baik dan sisi buruk, dan tindakan introspeksi diri dalam menerima kritikan agar dapat membangun bangsa ini.

Pilkada Jakarta putaran pertama berlangsung 11 Juli 2012, pasangan kandidat gubernur dan wakil gubernur nomor urut 3 Joko Widodo-Basuki Tjahaya Purnama alias Jokowi-Ahok unggul di lima dari total enam daerah administratif Ibukota. KPU Jakarta dalam rapat pleno rekapitulasi penghitungan suara Pilkada DKI 2012 tingkat provinsi pada 19 Juli 2012 menetapkan dua pasangan calon gubernur dan wakil gubernur DKI Jakarta melaju ke putaran dua Pilkada DKI. Dalam rapat itu diumumkan pasangan Jokowi-Ahok menang dengan perolehan 1.847.157 suara. Sedangkan posisi kedua, pasangan calon “incumbent” Fauzi Bowo dan Nachrowi Ramli dengan memperoleh sebanyak 1.476.648 suara.

**“Dikritik Sutiyoso Soal Nopol Ganjil Genap, Ini Tanggapan Jokowi “
Berita yang termuat dalam Detik.com pada Minggu, 23/12/2012 15:33 WIB**

No.	Komentar Terhadap Berita Jokowi	Jumlah	Persen
1.	Komentar Positif Terhadap Berita Positif Jokowi	0	0
2.	Komentar Negatif Terhadap Berita Positif Jokowi	0	0
3.	Komentar Positif Terhadap Berita Negatif Jokowi	106	53 %
4.	Komentar Negatif Terhadap Berita Negatif Jokowi	79	40 %
5.	Komentar Lain (tidak sesuai konteks berita, pernyataan mendukung selain Jokowi, himbauan agar tidak Golput, himbauan tidak focus ke SARA, mendukung Pancasila)	12	7 %
	Total komentar keseluruhan	197	
1	Komentar penghinaan terhadap foke	5	12 %
2	Komentar penghinaan terhadap jokowi	6	14 %
3	Komentar menghujat sutiyoso	22	51 %
3	Komentar penghinaan terhadap polda atau aparat pemerintah	3	7 %
4.	Komentar penghinaan Terhadap Seseorang atau Komentar Lainnya Yang Menyetujui Jokowi	1	14 %
5.	Komentar penghinaan Terhadap Seseorang Atau Komentar Lainnya Yang Menolak Jokowi	6	14 %\
	Total komentar negatif	43	

Dalam berita yang termuat dalam judul “Dikritik Sutiyoso Soal Nopol Ganjil-Genap, Ini Tanggapan Jokowi”, memunculkan hasil komentar berita yang mendukung Jokowi lebih besar dibandingkan dengan komentar yang mendukung Sutiyoso atau menolak Jokowi. Terdapat perbedaan yang tidak terlalu signifikan dimana komentar mendukung Jokowi muncul sebanyak 53 persen atau 106 komentar dari pembaca yang mendukung Jokowi. Mayoritas komentar tersebut menyatakan dukungannya terhadap program Jokowi meski mendapat kritikan dari Sutiyoso. Sementara komentar yang tidak mendukung Jokowi sebanyak 79 komentar atau 47 persen dari komentar keseluruhan yang berjumlah 197. Isi komentar yang tidak mendukung program Jokowi tersebut sebagian mempertanyakan kebijakan Jokowi dan yang lainnya menolak kebijakan tersebut. Namun tidak ada komentar-komentar pada berita tersebut yang mendukung Sutiyoso.

Dari hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa terdapat komentar – komentar yang bernada penghinaan kepada subjek ataupun objek dari berita tersebut. Sebanyak 22 komentar atau 51 persen dari komentar bernada penghinaan mengkritik ataupun menghina Sutiyoso. Sementara komentar yang menghina Jokowi hanya 14 persen atau sebanyak 6 komentar. Selain itu juga ditemukan hasil komentar yang menghina orang lain seperti mantan Gubernur DKI Jakarta, Fauzi Wibowo (Foke) sebanyak 5 komentar atau 12 persen, komentar yang menghina Polda ataupun institusi pemerintah lainnya sebanyak 3 komentar atau 7 persen dari total komentar bernada negatif. Penelitian pada komentar berita ini juga menemukan sebanyak 6 komentar atau 14 persen menghina komentar lain yang mengkritisi kebijakan Jokowi sementara hanya 1 komentar yang menghina komentar lainnya saat kenyataan dukungannya terhadap Jokowi.

“Jokowi: Jika Stiker Ganjil-Genap Tak Efektif, Batalkan Saja”

Berita yang Termuat Dalam Detik.com pada Minggu, 24/06/2012 17:33 WIB

No.	Komentar Terhadap Berita Jokowi	Jumlah	Persen
1.	Komentar Positif Terhadap Berita Positif Jokowi	0	0
2.	Komentar Negatif Terhadap Berita Positif Jokowi	0	0
3.	Komentar Positif Terhadap Berita Negatif Jokowi	23	58 %
4.	Komentar Negatif Terhadap Berita Negatif Jokowi	16	42 %
	Total komentar keseluruhan	39	
1	Komentar penghinaan terhadap foke	1	14 %
2	Komentar penghinaan terhadap jokowi	2	28 %
3	Komentar penghinaan terhadap polda atau aparat	3	42 %
4.	Komentar penghinaan Terhadap Seseorang atau Komentar Lainnya Yang Menyetujui Jokowi		0
5.	Komentar penghinaan Terhadap Seseorang Atau Komentar Lainnya Yang Menolak Jokowi	1	14 %
	TOTAL KOMENTAR	7	

Dalam berita yang termuat dalam judul “Jika Stiker ganjil-genap tak efektif, batalkan saja”, memunculkan hasil komentar berita yang mendukung Jokowi lebih besar dibandingkan dengan komentar yang mendukung Sutiyoso

atau menolak Jokowi. Terdapat perbedaan yang tidak terlalu signifikan dimana komentar mendukung Jokowi muncul sebanyak 58 persen atau 23 komentar dari pembaca yang mendukung Jokowi. Mayoritas komentar

tersebut menyatakan dukungannya terhadap kebijakan - kebijakan Jokowi meski Jokowi meragukan rencana ide kebijakannya tersebut. Sementara komentar yang tidak mendukung Jokowi sebanyak 16 komentar atau 42 persen dari komentar keseluruhan yang berjumlah 39. Isi komentar yang tidak mendukung program Jokowi tersebut sebagian mempertanyakan kebijakan Jokowi dan menilai Jokowi tidak konsisten saat mengeluarkan wacana ide ganjil-genap.

Dari hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa terdapat komentar – komentar yang bernada penghinaan kepada sumber dari berita tersebut. Sebanyak 2 komentar atau 28 persen dari komentar bernada penghinaan mengkritik ataupun menghina Jokowi. Selain itu juga ditemukan hasil komentar yang menghina orang lain seperti mantan Gubernur DKI Jakarta Fauzi Wibowo (Foke) sebanyak 1 komentar atau 14 persen, komentar yang menghina Polda ataupun institusi pemerintah lainnya sebanyak 3 komentar atau 14 persen dari total komentar bernada negative. Penelitian pada komentar berita ini juga menemukan sebanyak 1 komentar atau 14 persen menghina komentar lain yang mengkritisi kebijakan Jokowi sementara tidak ada komentar yang menghina komentar lainnya saat menyatakan dukungannya terhadap Jokowi.

Pembahasan Penelitian

Dari data lapangan, maka dapat diketahui bagaimana konstruksi opini pada komentar di Detik.com pada setiap pemberitaan Jokowi. Pada masa awal kampanye Gubernur DKI, berita yang berjudul “Debat Cagub DKI, Jokowi Janjikan Kartu Sehat & Kartu Pintar”, menghasilkan dominasi opini dari pendukung Jokowi sebanyak 26 % dari total komentar yang muncul sementara kritik terhadap Jokowi muncul sebanyak 24 %. Hal ini menunjukkan pada masa kampanye pilgub DKI Jakarta, ada upaya dari para pendukung untuk mencoba menarik simpati masyarakat melalui kampanye di komentar-komentar berita media online. Namun pemanfaatan

kampanye melalui komentar media online baru dilakukan oleh pendukung Jokowi dan Fauzi Bowo. Sebanyak 26 % komentar menganggap Foke dan Pemda DKI sebagai antek Korupsi, melakukan kinerja buruk dan tidak bisa memanfaatkan APBD.

Begitu pula dalam pemberitaan yang berjudul “Pemprov DKI: Pernyataan Jokowi Soal Tak Ada APBD untuk BKT Salah Besar”. Meski Pemprov DKI menyatakan bahwa pernyataan Jokowi tersebut salah, namun ada upaya dari pendukung untuk mendukung pernyataan Jokowi sebesar 39 % sementara 18 % setuju dengan pernyataan dari Pemprov DKI. Konstruksi opini semakin jelas ditemukan bila terdapat seseorang berusaha melakukan kritik terhadap kebijakan Jokowi seperti pada berita yang berjudul “Dikritik Sutiyoso Soal Nopol Ganjil-Genap, Ini Tanggapan Jokowi”, sebanyak 53 persen komentar tetap mendukung pernyataan dari Jokowi untuk mempertahankan kebijakan nopol ganjil genap sementara hanya 40 persen yang menolak kebijakan Jokowi. Dari komentar berita ini juga ditemukan adanya upaya untuk menjatuhkan citra buruk bagi narasumber yang berlawanan dengan Jokowi. Sebanyak 22 persen komentar pada berita ini berisikan tentang penghinaan terhadap Sutiyoso. Meski Fauzi bowo tidak masuk sebagai narasumber namun 12 persen komentar turut menghina dan mengaitkannya dalam berita ini sementara hanya 14 persen komentar yang menghina Jokowi. Selain itu juga muncul upaya untuk menjatuhkan citra komentar lain yang berusaha untuk mengkritik kebijakan Jokowi sebanyak 14 persen. Kontruksi opini untuk mengangkat citra Jokowi juga bisa terlihat ketika Jokowi meralat rencana kebijakannya. Sebanyak 58 persen mendukung upaya Jokowi sementara hanya 42 persen yang meragukan kapabilitas Jokowi dalam berita yang berjudul “Jokowi: Jika Stiker Ganjil-Genap Tak Efektif, Batalan Saja”. Untuk menampilkan citra yang baik dari Jokowi, 56 persen komentar berusaha mengalihkan kesalahan kepada gubernur sebelumnya atau aparat yang berwenang sementara 28 persen komentar menyatakan keraguan rencana – rencana Jokowi.

Simpulan

Dari hasil penelitian tersebut terdapat beberapa kesimpulan yang bisa dihasilkan dari penelitian ini yaitu :

1. Bahwa ada upaya mekanisme yang terencana untuk mengangkat citra Jokowi dari masa kampanye pilgub DKI Jakarta hingga saat ia menjadi Gubernur DKI Jakarta dari komentar – komentar yang muncul pada pemberitaan Detik.com.
2. Upaya tersebut bisa terlihat dari persentase yang tinggi saat bagaimana pendukung Jokowi berusaha menyatakan simpati kesetujuannya terhadap segala kebijakan Jokowi termasuk saat Jokowi membatalkan Keputusannya.
3. Selain itu terdapat upaya untuk menjatuhkan pencitraan lawan dengan melakukan penghinaan bagi siapapun yang berusaha untuk memperburuk citra Jokowi. Baik dari seorang narasumber atau komentar lain yang berlawanan dengan pencitraan positif dari Jokowi.
4. Opini publik dalam komentar yang terangkum dalam pemberitaan di detik.com merupakan konstruksi pemahaman publik terhadap seorang tokoh. Konstruksi itu timbul dari pengalaman individu yang mengalami pengaruh media massa. Walaupun tulisan ini tidak menjadi perwakilan opini publik terhadap Jokowi, namun memberikan gambaran realitas komentar mengenai Jokowi.

Daftar Pustaka

- Arifin, Anwar. 2010. Opini Publik. Gramata. Jakarta.
- Arifin, Anwar. 2011. Komunikasi Politik Filsafat –Paradigma-Teori-Tujuan-Strategi dan Komunikasi Politik Indonesia. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Basuki, A. M. H. (2006). *Penelitian kualitatif: untuk ilmu-ilmu kemanusiaan dan Budaya*. Jakarta: Universitas Gunadarma.

Kriyantono, Rachmat, 2006, *Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media.

Marijan, Kacung. 2011. Sistem Politik Indonesia Konsolidasi Demokrasi Pasca-Orde Baru. Kencana. Jakarta.

McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi Massa. Salemba Humanika. Jakarta.

Nawawi Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.

Ngurah Putra, I Gusti (Editor). 2008. Media, Komunikasi, Dan Politik Sebuah Kajian Kritis. Penerbit Fisipol UGM. Yogyakarta.

Rakhmat, Jalaluddin. 2001, *Metode penelitian komunikasi*, Bandung; PT Remaja Rosdakarya.

Schlesinger, Erica. 2003. Addressing the World. Rowman and Littlefield Publisher Inc. Maryland.

Sparks, G. Glenn. 2002. *Media Effects Research A Basic Overview*. Wadsworth Group. Canada.

Subiakto, Henry & Rachmah Ida. Komunikasi Politik, Media, & Demokrasi. 2012. Kencana. Jakarta.

Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik*. Ghalia Indonesia. Bogor.

Vivian, John. 2008, *Teori Komunikasi Massa*, Pearson Education.

Jurnal

- Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Avant Garde Vol. 1 Nomor 1 Juli 2013 Hal 1-25. Indah Suryawati & Ica Wulansari, Penerapan Jurnalisme Damai Pada Media Online (Analisa Isi Republika.co.id dan Kompas.com Dalam Pemberitaan Konflik Kelompok Islam Syiah di Sampang)

Internet

<http://news.detik.com/read/2012/06/24/20243/1949540/10/debat-cagub-dki-jokowi-janjikan-kartu-sehat-kartu-pintar?9922022>

<http://news.detik.com/read/2012/06/24/173311/1949494/10/pemprov-dki-pernyataan-jokowi-soal-tak-ada-apbd-untuk-bkt-salah-besar>

<http://www.republika.co.id/berita/menju-jakarta-1/news/12/07/19/m7ev7i-ini-hasil-resmi-jumlah-suara-pilkada-dki-putaran-satu>

<http://www.antaranews.com/berita/334253/ini-peta-suara-jokowi-vs-foke-putaran-pertama>

<http://news.detik.com/read/2013/03/05/132936/2186085/10/jokowi-jika-stiker-ganjil-genap-tak-efektif-batalkan-saja>

<http://news.detik.com/read/2012/12/17/104657/2120203/10/dikritik-sutiyoso-soal-nopol-ganjil-genap-ini-tanggapan-jokowi>